

## Visuelle Geographien – ein Editorial

A. Schlottmann<sup>1</sup> and J. Miggelbrink<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Institut für Humangeographie, Goethe-Universität Frankfurt a.M., Germany

<sup>2</sup>Leibniz Institut für Länderkunde Leipzig, Germany

### 1 Warum visuelle Geographien?

Sowohl die Arbeit mit bilderzeugenden Verfahren und Techniken und deren Produkten – Fotografien, Luftbilder, Satellitenbilder, Karten – wie auch der Einsatz von GIS und GPS, den sog. geomatics (Thornes, 2004:787), sind heute selbstverständlicher Teil wissenschaftlich-geographischer Praxis. Diese Praxis ist einerseits eine des Herstellens und Bearbeitens kartographischen und bildlichen Materials, andererseits aber auch eine des Anwendens und Vermittelns geographischen Wissens auf nicht-textliche Weise. Technologische Entwicklungen im Hard- wie im Software-Bereich haben dazu beigetragen, dass visuelle Repräsentationen schon mit vergleichsweise geringem Aufwand hergestellt, angeeignet, reproduziert und bearbeitet werden können (Thornes, 2004). Diese fortschreitende Habitualisierung des Umgangs mit Bildlichkeit und dessen kritische Reflexion stehen jedoch in einem gewissen Missverhältnis zueinander, denn anders als in den „bildwissenschaftlichen Grunddisziplinen“ (Sachs-Hombach, 2005:14) wie Philosophie, Psychologie, Kognitionswissenschaft, Kommunikationswissenschaft und Kunstgeschichte, die sich explizit mit Bildtypik, Bildverwendung und Bildfunktion auseinandersetzen, gibt es in der Geographie bisher kaum systematische Bemühungen um eine Bildtheorie. Die Geographie ist in erster Linie eine bildanwendende Disziplin. Mehr noch: „Es erscheint geradezu trivial hervorzuheben, dass Geographie im Kern ein visuelles Unterfangen ist“ (Sui, 2000:322). Der visuelle Zugriff der Geographie auf die Welt, das Bemühen um ein klares Bild der Wirklichkeit, scheint die erkenntnistheoretische Reflexion von Visualität und Visualisierung bislang eher verhindert zu haben (Tuan, 1979; Rose, 2003). Bild und Bildlichkeit könnten sich also gerade wegen ihrer prominenten

Rolle in der Formierung geographischen Wissens als dessen blinder Fleck erweisen.

Zunehmend schärfer erkennbar wird dieser blinde Blick vor dem Hintergrund eines breiten bildtheoretischen Interesses wie es sich rund um den aktuellen *pictorial turn* (Mitchell, 1992) und/oder *iconic turn* (Boehm, 1994, vgl. kritisch Sauerländer, 2004) formiert hat. Dieses Interesse wird auch von Geographen geteilt. Unter dem Stichwort *visual turn* (Rose, 2003, 2004; Thornes, 2004) werden Gebrauchs- und Herstellungspraxen geographischer Visualisierungen sowie deren Bedingungen zunehmend diskutiert. Darin drückt sich weniger eine neue (*Hin-*)Wendung zum Bild, zu Bildlichkeit oder, allgemeiner, zur visuellen Sinneswahrnehmung aus – denn diese sind ja geradezu fachkonstitutiv. Vielmehr manifestiert sich darin erstens das Bestreben, zu einem kritischen und reflexiveren Umgang mit geographischer Visualisierung und Visualität zu gelangen und zweitens das Interesse, der Bedeutung von Bildlichkeit in der Konstitution raum-zeitlicher Wirklichkeiten Rechnung zu tragen<sup>1</sup>. Diese Sonderausgabe der Zeitschrift *Social Geography* zu „Visuellen Geographien“ versammelt eine Reihe von Beiträgen, die sich auf unterschiedliche Weise zu Raum-Bild-Gesellschafts-Verhältnissen äußern; die meisten von ihnen basieren auf einer Tagung zum Thema „Visualisierungen des Raumes – Produzieren, Präsentieren, Profilieren“, die Ende 2005 am Leibniz-Institut für Länderkunde stattfand und von diesem gemeinsam mit der Abteilung Sozialgeographie des Instituts für Geographie der Universität Jena durchgeführt wurde. Damals zeigte sich ein von verschiedenen Seiten

<sup>1</sup>Dies mag wiederum einem drängender gewordenen allgemeinen Interesse an Visualisierungen geschuldet sein. So tauchen etwa die Begriffe „Visualisierung“ bzw. „visualisieren“ erst ab 1990 in gängigen deutschsprachigen Konversationslexika auf. Indem sie dort umfassend und über den eigentlichen Gesichtssinn und das Sehen hinaus konnotiert werden als „sich etwas vorstellen“ und „etwas veranschaulichen“ umfassen sie nun ein sehr breites Spektrum bildlicher Repräsentationen (Großer, 2007:80–83).



Correspondence to: A. Schlottmann  
(schlottmann@em.uni-frankfurt.de)

kommendes und wachsendes Interesse, sich mit Fragen von Bildlichkeit und Visualität in der Geographie auseinanderzusetzen, Fragen und Perspektiven zu formulieren und theoretische Positionen darauf hin anzuklopfen, ob sie für geographische Fragestellungen hilfreich sein könnten. Eine systematische Auseinandersetzung mit den dadurch aufgeworfenen Fragen steht nach wie vor aus; das kann und will auch dieses Editorial nicht leisten. In der Auseinandersetzung mit der Thematik zeichnen sich aber unseres Erachtens zwei zentrale und miteinander verschränkte Fokussierungen ab, an denen bild-theoretischer Reflexionen in der Geographie ansetzen sollten:

## 2 Ausrichtungen geographischer Bild-Reflexion

Zum einen sind es die visuellen Produkte zweckgerichteten, insbesondere wissenschaftlichen Tuns, welche im Zusammenspiel mit Fragestellungen und Ergebnissen geographischer Forschung kritisch zu betrachten sind. Das Bild steht hier als „planimetrische Verwandlung“ (Meder, 2006:197), als Artefakt geographischer Wissensproduktion im Zentrum der Auseinandersetzung. Visuelle Produkte werden als Instrumente der Herstellung von Weltwissen verstanden, die den jeweiligen disziplinären Techniken, Konventionen und Kodifizierungen der Darstellung folgen (zum semiotischen Regelwerk der Kartographie vgl. Großer, 2007). Die Visualisierungen in Kartographie und GIS, Fotografie und Fernerkundung sind demnach „Mittel zur Welt“ und ermöglichen im praktischen Umgang Orientierung, Organisation und Koordination von Handlungen, tragen aber andererseits einen hohen Geltungsanspruch in sich: Im Modus der Wissenschaft *hergestellt*, sollen sie wahres Wissen über die Welt *darstellen*. Im Kontext dieses Produktions- und Rezeptionsmodus gerät ihr *Bild*charakter, ihre Bildhaftigkeit schnell in den Hintergrund und verleugnet sich quasi habituell. Dies erfordert die willentliche Durchbrechung der vermeintlichen Evidenzen ebenso wie die kritische Reflexion der insbesondere mit materiellen Bildern notwendig verbundenen Perspektivität, Gerichtetheit und Selektion. Kritisch betrachtet sind sie nicht Abbild von Welt, sondern vielmehr machtvolle Mittel der Welterzeugung (vgl. Schelhaas/Wardenga, 2007). Deren Wirken und Wirksamkeit bedarf fortgesetzter theoretischer Aufarbeitung, die den Modus der Visualisierung selbst sowie die Herstellungspraktiken und nicht nur deren Inhalte berücksichtigt (Anderson, 1998; Harley, 1989; Gugerli/Speich, 2002; Tzschaschel et al., 2007). Auch wenn wir kartographische Produkte hier nur randlich streifen, bleibt festzuhalten, dass vor allem Karten, die die materiellen Manifestationen sozialer Praktiken objektiv und scheinbar unhintergebar „festhalten“, visuelle Medien der Raumproduktion und -fetischisierung sind, die Ursachen räumlich-manifest(iert)er Phänomene zugunsten ihrer bloßen Abbildung unkenntlich machen (vgl. z.B. Belina, 2007). Produzenten wie Interpreten sind habituell gleichermaßen an einer

Raumproduktion beteiligt, die ihnen zumeist unvermeidbar, „natürlich“ und als „auf der Hand liegend“ erscheint. Die dahinter liegenden Logiken der Verräumlichung und deren Effekte gilt es transparent zu machen.

Einen zweiten Schwerpunkt der Reflexion sehen wir vor dem Hintergrund einer breiten sozial- wie kulturgeographisch motivierten Hinwendung zu alltäglichen Praktiken des „Geographie-Machens“ (Werlen, 1995, 1997, 2007). In dieser Perspektive steht weniger die wissenschaftliche Produktion von Bildern bzw. allgemeiner: Visualisierungen im Zentrum, sondern der vergesellschaftete Mensch als „Bilder produzierendes Lebewesen“ (Wiesing in Sachs-Hombach, 2004:153). Rücken Praktiken der Konstitution und Aneignung raum-zeitlicher Wirklichkeiten in den Mittelpunkt des Interesses, dann stellt sich die Frage nach den Instrumenten sowie den Ausdrucksformen der Konstitutions- und Aneignungsprozesse. Dass Räume sprachlich und kommunikativ erzeugt und Geographien *durch* Zeichen- und Symbolsysteme und *als* Repräsentationen geschaffen werden, wurde in den letzten Jahren bereits intensiv diskutiert (u.a. Felgenhauer, 2007; Miggelbrink/Redepenning, 2004; Schlottmann, 2005). Auch wenn Bilder sich als Zeichen erheblich vom Zeichensystem der Sprache unterscheiden (Michel, 2006:56; Boehm 2007), sind sie offensichtlich ebenfalls Mittel und Produkt alltäglicher räumlicher Strukturierungen, denen aber bisher vergleichsweise wenig Aufmerksamkeit zuteil wurde. Worin besteht aber die *spezifische* Bedeutung von Bildern für alltägliche räumliche Strukturierungsleistungen? Und welcher Art ist das derart strukturierte „Räumliche“? Inwiefern können visuelle Anschauungsformen auf ähnliche (hegemoniale) Strukturen zurückgeführt werden wie sprachbasierte Diskurse (vgl. Maasen et al., 2006)? Sind Bilder ontologisch überhaupt einer analytischen wissenschaftlichen Beobachtung zugänglich (und also auch kontrolliert methodisch einsetzbar)? Sind die Akte des Sprechens und des Betrachtens, also auch der Sagbarkeit und der Sichtbarkeit, vergleichbar in Bezug auf unterliegende Rationalitäten (vgl. Renggli, 2007)? Oder sind, wie etwa Baudrillard oder Derrida andenken, Bilder Ereignisse, deren Spur zur Wirklichkeit nicht mehr nachvollziehbar ist und die keiner Logik unterliegen? Zumindest scheint es anderer oder zusätzlicher theoretischer Instrumente und Methoden zu bedürfen, um der Besonderheit des Bildlichen gerecht werden zu können. Gleichzeitig besteht Bedarf an substantieller theoretischer und empirischer Arbeit, die den Erkenntnisgehalt des Visuellen für die Fragestellungen humangeographischer Forschung herausarbeitet und spezifiziert, wie es analog für die sozialwissenschaftliche Forschung vorgeschlagen wurde (Bohnsack, 2007). Dabei ist allerdings der Bildgattung Rechnung zu tragen, mit der hantiert wird – eine bloße Übertragung kunstgeschichtlicher Ansätze der Bildanalyse (Imdahl, 2001) auf Gebrauchsmaterialien wie Karten oder Werbefotografien scheitert gegebenenfalls schon an den unterschiedlichen Bedingungen der Herstellung der Bilder und den je spezifischen Eigenschaften künstlerischer und grafischer Gestaltung. Mehr denn je zuvor

gibt es „diffundierende Funktionalitäten“ (Meder, 2006:106) von Bildern.

Das bloße Sensibilisieren für den Umgang mit Bildern in der Geographie und durch die Geographie kann demnach nicht hinreichen. Es bedarf einer konzeptionellen Beschäftigung, die weniger auf eine eigenständige Bildtheorie hinauslaufen sollte, als vielmehr auf eine Bestimmung von Begriff und Stellenwert von Bild, Bildlichkeit und Visualität innerhalb sozialgeographischer Fragestellungen hinauslaufen sollte. Wie können existierende Theoriestränge in der Humangeographie das Visuelle, seine Subjekte und Objekte anschlussfähig thematisieren (Driver, 2003; vgl. Bal, 2003)? Welche der vielen existierenden Bildbegriffe sind für sozial-, kultur-, wirtschafts- oder politisch-geographische Fragestellungen überhaupt sinnvoll und anschlussfähig? Mithin: welches Begriffsinstrumentarium dient einem geographischen (Nach-)Denken über das Visuelle?

### 3 Bilder als geographischer Forschungsgegenstand

In den letzten Jahren gab es in der Geographie einige theoretische und empirische Hinwendungen zur Bildlichkeit, wobei im deutschsprachigen Diskurs – abgesehen von wahrnehmungstheoretischen oder phänomenologischen Zugriffen auf Landschaftsbild und -ästhetik (Hasse 1993, 1999) vielfach eine Rezeption englischsprachiger Themensetzungen erfolgte. Cosgrove und Daniels Sammelband „The iconography of landscape“ (1988) etwa hat nachhaltig den jüngeren deutschen Landschaftsdiskurs geprägt und Imagecharakter und symbolische Konstruktion räumlicher Wirklichkeit als Forschungsgegenstände der Humangeographie etabliert (s.a. Binder Johnson/Pitzl, 1981; für einen originär deutschsprachigen). Urry (1995, 2002) wurde im Hinblick auf die Kulturalität und Disziplinierung des (touristischen) Blickes auf Landschaft ebenfalls breit rezipiert. In den letzten Jahren hat sich daneben eine „Geographie des Films“ als eigenes Forschungsfeld formiert (Aitken/Dixon, 2006), wobei die frühesten Publikationen aus der Disziplin heraus wiederum maßgeblich aus dem englischen Sprachbereich stammen (Kennedy/Lukinbeal, 1997; Cresswell/Dixon, 2002; vgl. zusammenfassend auch Matless, 1997). Im deutschsprachigen Diskurs haben dann insbesondere Escher und Zimmermann (Escher/Zimmermann, 2001; Escher, 2006; Lukinbeal/Zimmermann, 2006) und jüngst Fröhlich (2007) zur Entwicklung dieses Feldes beigetragen.

Ein wesentliches Element eines in diesem Diskurs aufscheinenden geographischen Bildbegriffs ist das Verhältnis zwischen dem Bild bzw. der Wahrnehmung des Bildes und des abgebildeten Gegenstands sowie des Gegenstands selbst, der als „geographisch“, also als „Raum“ (Bollhöfer, 2003) oder auch „Landschaft“ (Escher/Zimmermann, 2001) dekodiert wird. Wir kommen auf diesen ebenso zentralen wie voraussetzungsvollen Aspekt der objektbezogenen Bestimmung „geographischer Bilder“ noch zurück. Zunächst ist je-

doch der Bildbegriff selbst schärfer zu umreißen. Denn wenn man die theoretisch-konzeptionelle Ebene angeht, so wird die Bestimmung der unterliegenden Bildbegriffe in geographischen Arbeiten selten explizit ausgeführt oder gar zum Gegenstand von eigenständigen Publikationen. In den Nachbardisziplinen, etwa Soziologie, Philosophie, Medien- und Politikwissenschaft, ist dies anders, und es scheint noch vorzustehen, die kursierenden Bildbegriffe auf ihre Übertragbarkeit auf geographische Fragestellungen hin zu prüfen (vgl. Sachs-Hombach, 2005, 2006). Dies ist auch insofern ein Desiderat, als viele der Sozialtheoretiker, auf deren Arbeiten sie Sozial-/Humangeographen beziehen, sich durchaus ausdrücklich auch bildtheoretischen Überlegungen gewidmet haben (z.B. Bourdieu, 1974; Husserl, [1904/05]1980; Luhmann, [1995]1999; Merleau-Ponty, 1966). Wie könnte also ein zeitgemäßer geographischer Bildbegriff formuliert werden? Welche Aspekte bildtheoretischer Debatte können hier herangezogen werden und in welchem Zusammenhang stehen sie zu geographischen Arbeiten? Drei Aspekte möchten wir im Folgenden besonders hervorheben: erstens eine Klassifizierung von Bildern im Hinblick auf die Bestimmung des Gegenstands einer bildtheoretischen Begriffsklärung, zweitens die Repräsentationsproblematik und ihre spezifisch geographische Deutung und drittens einige bildpragmatische Überlegungen im Anschluss an das Paradigma des „alltäglichen Geographie-Machens“.

#### 3.1 „Mentale“, „materielle“ und „sprachliche“ Bilder

Zunächst können ganz grundsätzlich mentale Bilder („mental images“ bzw. „images“) von materiellen Bildern („material images“ bzw. „visual images“) unterschieden werden (Müller, 2003:20; vgl. Flitner, 1999:171). Sachs-Hombach und Schürmann (2005:110), die für die Philosophie insgesamt fünf Bildbegriffe anführen, unterscheiden entsprechend subjektbezogen „interne“ und „externe“ Bilder und fügen mit den „sprachlichen Bildern“ (Metaphern) noch eine weitere Abgrenzung hinzu (s.a. Stöckl, 2004). Metaphern werden in der Geographie bereits seit geraumer Zeit bearbeitet (Marcuse, 1989, 2005; Smith/Katz, 1993; Merrifield, 1997; Schoenberger, 1998; Schlottmann, 2005; Miggelbrink/Meyer zu Schwabedissen, 2005; Micheel/Meyer zu Schwabedissen, 2006, 2007; Denzer, 2007), und sie stellen einen wesentlichen Gegenstand so genannter „postdualistischer“ Forschungsskizzen dar (Thrift, 1999). Metaphern basieren auf visuellen Registern und jenseits vermeintlich eindeutiger Gegenüberstellungen von Materiellem und Semiotischen, von bildhafter Alltagssprache und analytischer Wissenschaftssprache geht es um die Bedeutung, die Bilder für die Organisation von Wissen haben, wie beispielsweise das „obligatorisch fraktale Bild der Mandelbrot-Menge“ für die Vorstellung von „Komplexität“ (Thrift, 1999:37). Inwieweit jedoch Metaphern als „sprachliche Bilder“ im Rahmen eines geographischen Bildbegriffs zu berücksichtigen sind, hängt wesentlich davon ab, wie sie im Gefüge mentaler und materieller

Bilder stehen. Gerade an der Metapher entzündet sich die Frage, ob sie sinnvoller (oder: adäquater) mit Ähnlichkeits- oder mit Netzwerktheorien der Bedeutung zu fassen ist (Stöckl, 2004; Debatin, 1995). Böhm stellt ganz explizit die Frage, welche Einsichten in die metaphorischen Eigenschaften der Sprache auf die Beschäftigung mit dem Bild übertragen werden können und nennt – die prinzipielle Unterscheidbarkeit von Metapher und Bild voraussetzend – einige Merkmale der Metapher, die für das Verständnis der Funktionsweise von Bildern fruchtbar gemacht werden könnten (Böhm, 2001:27). Ihre performative Bedeutung in der Rhetorik, der Skeptizismus, mit dem ihr als einer Art „erkenntnisgefährdender Krankheit“ (ebd.) begegnet wird, ihre Funktion als Paradigma des Ästhetischen sowie ihre Funktion in der Geschichte des Denkens und schließlich ihr inhärenter Widerstand gegen alle Versuche der Normalisierung (ebd.:28). Die meist eher induktiv bis intuitiv vorgenommene Differenzierung von „mental“, „materiell“ und „sprachlich“ Bildern scheint in der Geographie eine gewisse Plausibilität zu haben, da die Bildbegriffe Gegenstandsbereiche markieren, die (bisher) weitgehend separat behandelt wurden, das Geistige, das Physische und das Kulturelle. Doch die Verhältnisse zwischen diesen Bildtypen wurden bislang wenig thematisiert, die ontologischen wie epistemologischen Prämissen der Unterscheidung wie auch ihre möglichen Beziehungen sind Gegenstand aktueller Debatten (vgl. Sachs-Hombach, 2006).

### 3.2 Zur Repräsentationsproblematik

Ein weiterer Strang grundlegender theoretischer Auseinandersetzung, der sich auf Sprache wie auf Bilder bezieht, ist die Beschäftigung mit „Repräsentation“ als Abgleich zwischen einer abbildungsimmanenten Wirklichkeit und einer wirklichen, außerhalb des Abbildungssystems liegenden Referenz. Die Begrifflichkeiten gehen hier entsprechend der unterliegenden sozialtheoretischen und epistemologischen Prämissen auseinander. Während etwa in poststrukturalistischer Manier die Eigenständigkeit und Arbitrarität der Zeichen betont wird, sind medientheoretische Ansätze eher auf ein Ähnlichkeitstheorem festgelegt, insbesondere wenn sie den manipulativen, also wirklichkeitsverfremdenden Charakter von Bildern betonen. In der bildtheoretischen Diskussion wird ein Teil dieser Problematik unter den Stichworten „Ähnlichkeitsrelation“ und „Ikonizität“ behandelt. Ikonizität wird dabei nach Morris (1973) als „das Maß der Ähnlichkeit zwischen einem ikonischen Zeichen und seinem Referenzobjekt“ bezeichnet (Michel, 2005:57). Zentral ist in dieser Diskussion die Frage, „ob Bilder auf die Wirklichkeit verweisen, da sie der Wirklichkeit *ähnlich* sind“ (Michel, 2005:57; vgl. Sachs-Hombach, 2006:129ff.). Das Verhältnis zwischen Zeichen und äußerer Referenz wird damit nicht mehr als Dualismus thematisiert, sondern folgt der Annahme, dass es konventionalisierte Ähnlichkeitseffekte (Eco, [1972]1994:200ff.) gibt, die auf einem Amalgam

aus konventionalisierten Gestaltungsmitteln und dem Erleben der Ähnlichkeit durch den Betrachter beruhen (Michel, 2005:59).

In einer konstruktivistischen Perspektive kehrt sich dieses Verhältnis um hin zur generativen und strukturierenden Wirkung von Bildern. Fellmann schlägt eine stärkere Fokussierung auf die Bedeutung von Bildlichkeit für die Erzeugung von Wirklichkeit vor und bestimmt das Verhältnis von Bild und Wirklichkeit nicht mehr über eine Ähnlichkeitsvermutung, sondern räumt der Bildlichkeit sogar das Primat ein. Ausgehend von der Frage, ob „in unserer elementaren Form der Weltaneignung, in der Wahrnehmung, Bildlichkeit eine zentrale Rolle spielt“ (Fellmann, 1998:187) bestimmt Fellmann einen semiotischen Bildbegriff, indem er Bilder als eine besondere Klasse von Zeichen gegenüber den Spuren und dem Wort abgrenzt und sie als „Wahrzeichen“ auffasst. Solche Wahrzeichen, Anblicke wie beispielsweise der des Eiffelturms, genügen einem zweifachen Wahrheitsanspruch: sie sind wahr im Sinne der *Richtigkeit* einer Abbildung, indem sie eine reale Szene abbilden, und wahr im Sinne der *Bedeutsamkeit* des Anblicks, der – im Falle des Eiffelturms – die zu Grunde liegende Idee „Paris“ vermittelt. Richtigkeit und Bedeutsamkeit sind Effekte der *Syntax* eines Bildes, der gegenüber den semantischen Aspekten des Zeichenprozesses eine Vorrangstellung zukommen. In syntaktischer Hinsicht weist Bildlichkeit eine wesentliche Übereinstimmung mit der Wahrnehmung auf, denn ein Bild zeige die Ansicht von etwas (was abstrakte Abbildungen nicht ausschließt) und diese Ansicht ähne nun nicht dem Gegenstand, sondern dem *Anblick* eines Gegenstandes; die Ansicht entspricht dem „visuellen Erleben“ und dem „optischen Eindruck“ (ebd.:190). Gleichzeitig unterscheidet sich aber die Wahrnehmung in syntaktischer Hinsicht vom Bild, denn die Ansicht ist vom Objekt getrennt. Eine Ansicht wird letztlich dadurch zum Bild, dass sie von der „raum-zeitlichen Wirklichkeit isoliert wird“ (ebd.). Die Ansicht des Bildes, das ja auch abwesende und nicht-existente Gegenstände zeigen kann, stellt daher eine Grenze dar, die nicht durchbrochen werden kann. Dabei geht es nicht um die Verdeckung einer „wahren“ Wirklichkeit, der man ohne Bild eher oder besser zu Leibe rücken könnte, sondern um einen spezifischen Modus der Wirklichkeitskonstitution. Bilder bilden „nicht nur ab, was ist, sondern liefern dem Betrachter eine Deutung, durch die das, was ist, verständlich wird. In diesem Sinn lassen sich Bilder als Medium auffassen, das als eine virtuelle, von Bewußtsein und Gegenstand verschiedene Wirklichkeit betrachtet werden muß“ (Fellmann, 1998:193). Zur Diskussion steht damit nicht nur die Unterscheidung zwischen einem Binnengeschehen des Bildes und dem „Jenseits“ des Bildes, sondern wie Verhältnisse zwischen ihnen konstituiert werden.

Filmgeographische Untersuchungen berühren abildtheoretische Fragen insofern, als mit der Thematisierung von „Landschaft im Film“ ein spezifisches Element der figurativen Bildschicht angesprochen wird. Hier steht jedoch nicht die Frage im Vordergrund, aufgrund welcher darstellerischen

und rezeptiven Bedingungen Ähnlichkeitseffekte entstehen und „reale Szenen“ erzeugt werden. Vielmehr wird die dargestellte, abgebildete Szenerie als ein Art Transformationsprodukt eines primären und konkreten Raumes verstanden: „Indem Drehorte nach Bedarf verändert und interpretiert werden, wird der konkrete Raum in ein sekundäres Bedeutungssystem transformiert. Es wird also nicht ein Raum authentisch *re-präsentiert*, sondern eine Geschichte präsentiert. Die Geographie der Filmwelt entspricht folglich nicht immer der Geographie der realen Welt“ (Bollhöfer, 2003:54, Herv. orig.). Erst die Eröffnung dieses Dualismus zwingt dann, möglicherweise gerade zur Positionierung im Diskurs der Medienwissenschaften, dazu immer wieder (und auch fast 20 Jahre nach der Publikation von Cosgrove und Daniels) festzustellen, dass filmische Landschaften nicht mimetisch verstanden werden dürften (Escher/Zimmermann, 2001:230). Was aber ist die „Geographie der Filmwelt“ im Verhältnis zur „Geographie der realen Welt“?

Offensichtlich stellt sich die Repräsentationsfrage insbesondere dann, wenn die Bildhaftigkeit des Bildes in den Hintergrund gerät und das (fotographische, filmische, computertechnisch simulierte) *Abbild* eine Wiedergabe der *Ansicht* des unbewehrten Auges zu sein scheint. Gerade wenn man annimmt, dass Ähnlichkeitsphänomene für kommunikative Prozesse relevant sind, muss auf die Unterscheidung zwischen der „dem Augenschein nach dokumentierenden Treue des technisch verbürgten Bildes und einem unmittelbar wahrnehmungsgebundenen Anschein von Wahrhaftigkeit“ (Meder, 2006:108f.) gedrängt werden. Gilt es also, die wirklichkeitsgetreuen von den nicht wirklichkeitsgetreuen (falschen?) Darstellungen zu unterscheiden? Und noch dazu in einem zeitlichen Modus primärer und sekundärer Bedeutungsherstellung? Inwieweit kann und muss man nicht, wenn man beispielsweise eine konstruktivistische Bildtheorie zu Grunde legt (Fellmann, 1998) das „sekundäre Bedeutungssystem“ als das primäre auffassen? Und an welcher Stelle verläuft die Trennlinie? Auf der Grundlage welcher theoretischen Konzeption sollte dies geschehen? Ist es nicht eher die Frage nach der *zugeschriebenen* Authentizität und den bildinhärenten *Geltungsansprüchen* bezüglich des Wahrheitsgehalts, die hier weiterführt? Vorsichtiger sind in dieser Hinsicht Annahmen, die die Wirklichkeit nicht als kohärentes Äußeres des Bildes bzw. Filmes formulieren: „we can no longer talk of film representing, or mimicking, reality, because we can no longer assume that there is a single, coherent reality waiting out there to be filmed“ (Aitken/Dixon, 2006:327). Das würde den Gegenstand Bild oder Film auch für humanographische Fragen öffnen, die nicht das Bild oder den Film selbst in den Mittelpunkt stellen. Ob ein bestimmter Film „realistisch“ ist oder nicht, was der Regisseur mit seinen gestalterischen Mitteln vermitteln wollte und inwiefern tatsächliche Intentionen ermittelbar sind, sind medienwissenschaftliches Problembereiche, die bei Weitem nicht nur die Auseinandersetzung mit dem Bild betreffen (vgl. z.B. Eco [1990]1998 zu *intentio auctoris*, *intentio operis*, *intentio lec-*

*toris*). Der Humangeographie muss es dagegen gelingen, Bilder Einzelwerk und Genre übergreifend für die Untersuchung der Wirklichkeit von Raum und Räumlichkeit fruchtbar zu machen. In diese Richtung argumentierten Binder Johnson und Pitzl schon Anfang der 1980er Jahre, indem sie feststellten: „The significance of landscape art for the popularization of the sublime and sensational landscapes of the [American, d.V.] west is beyond doubt“ (Binder Johnson/Pitzl, 1981:219).

### 3.3 Bildpragmatik

In dieser Hinsicht stellt die Bildpragmatik einen Zugang dar, indem sie analog zu Wittgensteins philosophischen Untersuchungen zur Sprache die Bedeutung von Bildern über ihre Verwendung in Kommunikationszusammenhängen zu erschließen versucht. Bildpraxis kann dann im Habermasschen Sinne als Teil des kommunikativen Handelns betrachtet werden (Habermas, 1995). „Bedeutung schreibt sich nicht unverrückbar in singuläre Objekte, Zeichen oder Bilder ein, sondern sie konstituiert sich erst in verschiedenen Herkunft-, Verwendungs- und Verwertungskontexten, mit denen sie zweifellos auch differiert“ (Schelske 2001:151). Damit werden statt inhärentem Sinn die sinnerzeugenden Praktiken der Bildproduktion und -interpretation als Anschlusshandlungen zentral. Die Kontextualisierung in größeren Handlungszusammenhängen wird zu einer zentralen Methode der Interpretation (Sachs-Hombach, 2006:157ff.) und wird zugleich zu einem wesentlichen Bestimmungsmoment eines aktuellen Bildbegriffs, der die gegenwärtigen „diffundierenden Funktionalitäten“ des Bildes in Rechnung stellen muss (Meder, 2006). Gegenüber solchen Ansätzen besteht die phänomenologische Bildtheorie allerdings darauf, dass Bilder keineswegs immer Zeichen darstellen und somit sprachäquivalent behandelt werden dürfen. Das heißt auch, dass sich die semiotische Bildtheorie ihr Problem der Repräsentationalität von Bildern eigentlich erst dadurch einhandelt, dass sie den Zeichencharakter, also die Referenz von Bildern grundsätzlich voraussetzt. Wiesing spricht daher von einer „Semiotifizierung des Bildes“ (Wiesing, 2004:159). Phänomenologisch betrachtet gibt es Bilder genau dann, wenn sie als Bilder wahrgenommen werden. Und das ist dann der Fall, wenn Gegenstände als ausschließlich Sichtbares an den Betrachter herantreten (ihm „präsentiert“ werden). Hierin ist die Differenz zwischen Artifiziellem und „Normalem“, zwischen Bildobjekt und Bildsubjekt (Panofsky, Husserl) zu sehen. Der Vorteil einer solchen Konzeption liegt laut Wiesing darin, auch Bilder ohne Referenz (abstrakte Kunst ebenso wie digitale Simulationen) als Bilder erfassen zu können. Was jedoch nicht klar erfasst wird, ist wie „normale Objekte“, etwa die geographisch interessante „Landschaft“, bereits einen Zeichencharakter haben können und daher nicht „normal“, sondern bereits „artifiziel“ im kulturell geprägten Blick erscheinen. Auch diese Diskussion führt letztlich auf das Problem zurück, „Geographisches“ am und im visuellen

Material identifizieren zu müssen. Welches visuelle Material und welche auf visuelles Material bezogenen „sinnerzeugenden Praktiken“ sind „geographisch“ und in welchem Sinne von „Geographie“? Dahinter steht nicht zwangsläufig die Frage nach einer disziplinären Gegenstandsbestimmung, es geht vielmehr um die Frage, inwiefern Bilder Teil eines alltäglichen Geographie-Machens sind/sein können und welche Funktion und Bedeutung sie im Hinblick auf die alltägliche Konstitution raum-zeitlicher Wirklichkeit haben.

#### 4 Welches visuelle Material ist „geographisch“?

Auf den ersten Blick scheint es plausibel, filmische Geographien über die Verwendungen von „Landschaften“ zu erschließen. Folgt man Escher/Zimmermann (2001), dann eröffnet die systematische Betrachtung des Landschaftlichen im Film einen ersten analytischen Zugriff auf Formen und Praktiken der Verortung im Film und durch Filme. Allerdings ergeben sich Probleme, wenn man diesen Zugriff als genuin „geographisch“ anhand des Bildelementes „Landschaft“ festmacht, zumindest dann, wenn grundsätzlich eine nicht-essentialistische Perspektive angelegt wird. Nicht nur wird das als Landschaft erkannte Bildsujet als vor-semiotischer Gegenstand bereits vorausgesetzt, eine zweite Vordeutung besteht darin, dass es das Bildobjekt Landschaft ist, das einen Film geographisch interessant macht. Die stillschweigende Voraussetzung, dass die Kulisse einer filmischen Handlung eine wie auch immer geartete „Landschaft“ abbildet bzw. vom Betrachter als solche dekodiert wird, ist vor dem Hintergrund bildtheoretischer Diskussionen so jedoch selbstverständlich nicht.

Gibt es überhaupt genuin geographisches visuelles Material? Kann man Bilder sortieren in geographisch relevante und andere? Aus semiotischer Sicht kaum, wenn davon ausgegangen wird, dass nicht das Bild selbst, sondern seine Eingebundenheit in einen Verwendungszusammenhang und ein semantisches Umfeld Bedeutung freisetzen (hermeneutischer Ansatz, kontextualistische Argumentationen) bzw. erst erzeugen (pragmatischer Ansatz). Nichts ist dann *per se* geographisch, es gibt nur einen geographisch ausgerichteten Blick auf etwas in Bezug auf das Erkenntnisinteresse an (gesellschaftlichen) Raumverhältnissen. Geographie wird dabei – entsprechend konstruktivistischen Ansätzen – nicht gegenstands-, sondern tätigkeitsbezogen definiert. Daraus folgt, dass auch einzelne Elemente nicht als *die* Gegenstände einer geographischen Bildanalyse zu extrahieren sind. Zumindest nicht, solange nicht auch eine fundierende Auseinandersetzung mit dem Landschaftsbegriff (resp. Raumbegriff) stattfindet und begründet wird, warum und inwiefern die Landschaftsbilder raumkonstituierend und raumstrukturierend wirken. Folglich ist das „Erkennen“ bzw. Einordnen der Bildbedeutung nicht im Signifikanten selbst begründbar, sondern im Prozess des Gebrauchs von Zeichen, d.h. als „irgendeine“ Form der Einheit von Signifikant, Code

und Signifikat. Visuelle Geographien würden dann zum Beispiel vorliegen, wenn die Einheit des Zeichens eine „Verortung/Verräumlichung“ wäre. Das löst das Problem erst mal nicht, verschiebt es aber auf die Ebene einer Analyse des (konventionalisierten) Gebrauchs „visueller Zeichen“. Nicht eine inhärente Bildbedeutung steht dann im Vordergrund eines geographischen Bildbegriffs, sondern das kulturell bedingte und disziplinierte Sehen sowie die soziokulturellen Verweise der vorhandenen und nicht vorhandenen Signifikate. Dann könnte man auch fragen, was im Bild die Interpretation einer konkreten erdräumlichen Verortung auslöst und welche Bedeutung diese Verortung für das Verstehen des Bildes oder den Zusammenhang, innerhalb dessen das Bild verwendet wird, hat. Dabei spielt der bildinhärente Geltungsanspruch („hier sieht es so aus!“) eine wesentliche Rolle.

#### 5 „Visuelle Geographien“: Positionierung und Fragehorizonte

„Visuelle Geographien“ ist somit ein Begriff, dies haben die bisherigen Erörterungen angedeutet, der allenfalls einen selektiven Blick auf das Forschungsfeld der (Human-) Geographie beschreibt. Es scheint kaum eine Möglichkeit zu geben, hieraus den distinkten Gegenstandsbereich einer geographischen Subdisziplin abzuleiten. Sonst wäre man entweder bei einer technischen Auslegung einer solchen Disziplin, also bei der Bildproduktion, etwa der Herstellung von Karten. Oder es müsste formalistisch alle Arbeit an und mit Bildern in den Bereich der visuellen Geographien gerückt werden. Damit müsste allerdings eine Begründung einhergehen, warum Bildlichkeit eine genuine Art von Gesellschaft-Raum-Verhältnissen impliziert, so dass eine „visuelle Geographie“ auf gleicher Abstraktionsebene wie etwa „politische Geographie“ oder „Wirtschaftsgeographie“ oder Geographie alltäglicher Regionalisierung bestehen könnte. Oder aber es folgt ein oben beschriebener reifikatorischer Schluss: Wenn Raum als Bildelement die Bilder geographisch interessant macht, dann begibt sich eine konstruktivistisch orientierte Humangeographie in den Widerspruch, konzeptionell auf einen bereits erkannten und gedeuteten, also gegebenen Raum, etwa den der Landschaft, zurückgreifen zu müssen. Visuelle Geographien sind also inhaltlich zu bestimmen in Bezug auf die Rolle des Visuellen bei der Bearbeitung raumbezogener Fragestellungen. Das heißt, der Einbezug des Visuellen muss für die Human- bzw. Kulturgeographie in Abhängigkeit von einer nicht primär auf die Bildlichkeit selbst fixierten Fragestellung gefasst werden. Visuelle Geographien sollten in ihrer theoretischen Fundierung dann Möglichkeiten bereitstellen, um über das Verhältnis von Bild und Raum nachzudenken.

Gerade bezüglich der theoretischen Fundierung der Rolle des Visuellen in der Geographie tut sich die Humangeographie jedoch nicht leicht. Im englischsprachigen Bereich lässt sich, angeregt durch so genannte „nicht-repräsentationale“

Ansätze (Thrift, 1999, 2001), aktuell eine Abneigung gegen eine solche grundlegende und systematisierende Theoriebildung verzeichnen. Wurde mit den Arbeiten von Urry (2002) noch das Visuelle und die Prägung des (romantisierenden oder kollektiven) Blickes rezipiert, sind heutige kulturwissenschaftlich angelegte Arbeiten zudem stärker einer Ablehnung der Vormachtstellung des Visuellen und einer Betonung anderer (haptischer, olfaktorischer, auditiver, emotionaler) Sinneseindrücke zugewandt (z.B. Markwell, 2001; Wylie, 2003; Sui, 2000). Demgegenüber betonen wir jedoch die Notwendigkeit der theoretischen Auseinandersetzung in einer zunehmend von Bildern beeinflussten Alltagswirklichkeit und betrachten Bilder zunächst lose als Element der alltäglichen, strukturierenden Produktion und Reproduktion von Gesellschaft-Raum-Verhältnissen. Insofern ist der Ansatz nicht nicht-repräsentional, als dass gerade die vermeintliche Repräsentionalität, der Evidenzcharakter von Bildern in den Blickpunkt einer kritisch-reflexiven Beschäftigung rückt und damit auch die Freilegung der Macht durch Bilder erlaubt.

Wie ließe sich dann ein geographisches Programm der Arbeit mit und an Bildern theoretisch herleiten? Was interessiert im Einzelnen in der Beziehung von Bild und Raum? Was sind Möglichkeiten, über die Beziehung von Bild und Raum und Gesellschaft aus kritisch-reflexiver Perspektive nachzudenken?

Ein möglicher Forschungsfokus bezieht sich auf die Konstitution von Raum durch materielle Bilder. Welche Rolle spielen etwa Gebrauchsbilder oder Werbebilder für die Strukturierung des Außenraumes? – Man denke an die Leuchtreklamen des Times Square oder die Beschilderung von Themenwegen. Zugehörige Raumbegriffe sind metrisch (in Bezug auf die Regelung von Körpern) oder sozial (in Bezug auf die Strukturierung von Öffentlichkeit und Privatheit, von Exklusion und Inklusion).

Ein anderer Fokus ist die Konstitution von Raum im Bild, der sich auf den symbolischen Bild-Innenraum verlegt. Hier stehen Bilder als Raum-Präsentationen im Vordergrund, die wie oben hergeleitet nicht per se räumliche Objekte abbilden, sondern sich perspektivisch oder symbolisch auf soziokulturell angelegte Deutungen *als* Raum (Stadt, Land, Heimat, Landschaft, Draußen, Drinnen, Enge, Weite etc.) beziehen. Dies können Karten ebenso sein wie Landschaftsmalerei oder Fotomontagen zu Werbezwecken. Ein weiterer, pragmatischer Fokus bezieht sich auf Raumbilder als Spiegelbilder gesellschaftlicher Bedürfnisse und stellt die Frage nach der Funktion von Bildern, die bestimmte Raumdeutungen evozieren („natürlicher Freiraum“; „städtischer Verkehrsraum“) im Kontext von Beschleunigung und Globalisierung. Wo werden solche Bilder verwendet? Wofür stehen sie? Ihre Hybridität macht Bilder zudem zu Vermittlern zwischen dem erlebbaren (sichtbaren) und dem erlebten (gesehenen) Raum und damit zu einem Strukturierungsmedium von Körperlichkeit. Insofern die Praxis des Sehens (Schürmann, 2008) auch eine somatische Dimension hat, eröffnen sich

Fragen nach der visuellen Vermittlung von Raumerfahrungen und -erlebnissen. Schließlich können Bilder als Elemente strategischen Handelns mit unterliegenden Verortungslogiken und Wahrheitsansprüchen (Schau, an diesem Ort sieht es so aus!) und als Repräsentationen von diskursiv erzwungenen Raum-Bedeutungen thematisiert werden (die exotische Landschaft, die erhabenen Berge, die sichere Wohngegend etc.), womit auch massenmediale Argumentationen mit solchen konventionalisierten Raum-Bedeutungen offenbart werden können. Hierzu gehören auch stereotype raumbezogene Identitätskonstruktionen, die sich etwa über die Erforschung von Menschenbildern und ihrer Verortung erschließen lassen (vgl. Wucherpfennig et al. 2003).

Ein dritter Fokus geht vom (scheinbar) dokumentarischen und informierenden Charakter der „ganz normalen“ Gebrauchsbilder aus, deren apparative Herstellung in den Hintergrund getreten ist und die deshalb als abbildend erscheinen (vgl. zu diesem Themenkomplex Gugerli/Orland, 2002). Das Sichtbarmachen von Ereignissen, die im und durch das Bild/den Film dokumentiert werden, geht stets mit (wenn auch noch so rudimentären) Verortungen einher. Das Bild zum Ereignis (und durchaus auch zum bereits vergangenen Ereignis) markiert, obwohl es es eine technische Lösung aus konkreten Raum-Zeit-Verhältnissen darstellt, eine konkrete Raum-Zeit-Stelle. Und indem Bilder als Fotos, Satellitenbilder, Filmaufnahmen, aber auch Videoaufzeichnungen von Überwachungskameras diese konkrete Fixierung vornehmen, werden sie zum Garanten der Wahrhaftigkeit. Das Bild des Ortes, an dem etwas geschieht oder geschehen ist, scheint immer – kraft einer Objektivität, die die Vermittlungstechniken erlangt haben – eine gewisse Beweiskraft zu haben. Das Wissen um die prinzipielle Manipulierbarkeit des Bildes ist nur die Kehrseite des Glaubens an seinen Abbildcharakter, der sich theoretisch kritisieren, praktisch aber kaum eliminieren lässt. Diese auf einer konstitutiven Analogie von Wahrnehmung und Bild basierende Objektivität und Evidenz (Fellmann, 1998) sind (Teil von) Praktiken der Verortung, deren sozialweltliche Wirksamkeit von Seiten der Geographie bisher kaum ausgeleuchtet wurden. Dies wäre weniger eine Auseinandersetzung mit dem einzelnen Bild als vielmehr ein theoretisch schärfer zu fassender Zugang zu „dokumentarischen Politiken der Wahrheit“ (vgl. hierzu Steyerl, 2004), in denen das Bild samt der durch dieses vollzogenen Aneignungen des Raumes vor allem Mittel zum Zweck des Herstellens von Beweisen, Evidenzen und Legitimationen ist. Raum-Bild-Verhältnisse könnten so konsequent von der Frage der Realitätserzeugung her diskutiert werden. Von hier aus ergeben sich dann möglicherweise auch ganz andere Ansatzpunkte zur Systematisierung von Bildern, nämlich zwischen solchen, die in erster Linie „abbilden“ sollen, und solchen, die das Abbilden mitthematisieren und daher als künstlerische Bilder einer anderen Reflexionsstufe angehören (vgl. Posner/Schmauks, 1998). Gibt es dann, so müsste man fragen, Bilder über Gesellschaft-Raum-Verhältnisse, die reflexiver resp. nicht-reflexiver Art sind?

Und schließlich muss auch in den Blick genommen werden, wie die Produktion von Bildern, die Verfügung über Bildmaterial und die bildhafte Aneignung und Überwachung des Raumes in gesellschaftlichen Verhältnissen wirkt und diese ggf. sogar verändert. Wozu *dienen* Bilder von Räumen und von Orten? Was *sollen* sie bewirken? Gibt es Diskurse, die wesentlich durch Bilder gestützt werden, und gibt es Bilder, um die herum sich Diskurse aufbauen? Zunächst ist dabei an solche Bilder zu denken, die weit in die allgemeine Kommunikation eingedrungen sind und in ihr zirkulieren, wie es etwa beim Visiotyp (Pörksen, 1997) des „blauen Planeten“ der Fall ist, das wie kein anderes die Erde als unterworfenen Objekt symbolisiert (vgl. Cosgrove, 2006). Ein zweiter Schwerpunkt innerhalb dieses Feldes könnte von der Bedeutung der Bildproduktion auf das Handeln der Menschen ausgehen. Welcher Zusammenhang besteht zwischen Verhaltensweisen und visuellen Überwachungsformen an allen möglichen Orten, an Plätzen und in Verkehrsmitteln, in Kindergärten und Hauseinfahrten? Welche Formen der Subjektivierung entstehen durch Videoüberwachungen und inwiefern breiten sich so neue Technologien der Macht und neuen Formen des Regierens aus (vgl. hierzu Krasmann, 2005; Jørgensen, 2005)? Was bedeutet dies in Bezug auf die nicht (visuell) überwachten Orte, welche Handlungsmöglichkeiten werden an einem Ort eingeschränkt, am anderen ermöglicht? Welche sozialen Selektivitäten sind damit verbunden? Wie also könnte man die visuelle Verfügbarkeit von Räumen konzeptionell angehen?

Damit sind einige der Fragen umrissen, die uns für die Thematisierung der Bedeutung von Bild, Bildlichkeit und Visualisierung für Gesellschaft-Raum-Verhältnisse wichtig erscheinen. Sie sind damit noch lange nicht beantwortet. Die vorangegangenen Fragen zeigen, dass es notwendig ist Visualitätskonzepte und Bildbegriffe zu entwickeln, die sich in das sozialgeographische Interesse an der Analyse von Gesellschaft-Raum-Verhältnissen einfügen. Die Beiträge dieses Themenheftes gehen auf eine Tagung zurück, die einen explorativen Charakter hatte. Sie stellen einen Versuch dar, das Forschungsfeld zunächst aus verschiedenen Richtungen anzugehen, wobei ganz unterschiedliche theoretische Ansätze und dementsprechend unterschiedliche empirische Zugänge für die Analyse der bildhaften Bezüge zu Gesellschaft-Raum-Verhältnissen zum Tragen kommen.

## 6 Zu den Beiträgen des Themenheftes

Eine sozialgeographische Auseinandersetzung mit dem Bild, so haben wir oben argumentiert, erfordert zuallererst eine Auseinandersetzung mit dem Bildbegriff. Das fordert auch Dirksmeier in seinem Beitrag, der die Anwendung und den Einsatz von Bildern in der empirischen Sozialforschung diskutiert. Er schlägt eine Orientierung an Husserl vor und grenzt dessen phänomenologisch fundierten Bildbegriff gegenüber einem semiotischen deutlich ab. Den we-

sentlichen Vorzug dieser theoretischen Option sieht er darin, dass die phänomenologische Bildtheorie Bildsujet und Bildobjekt in einen direkten Bezug setzt und letzteres in seiner artifiziellen Präsenz auf dem Bildträger hervorhebt. Dies ermögliche eine „größtmögliche Objektivierung“ des Forschers im Forschungsprozess. Der Wissenschaftler kann seine eigene Interpretationsleistung in der Zusammenführung von Bildsujet und Bildobjekt weitestgehend, wenn auch nicht vollständig, zurückstellen. Dirksmeier (2007:5) geht davon aus, dass sich diese bildtheoretisch vermittelte „Objektivierung des Subjekts wissenschaftlicher Objektivierung“ (Bourdieu, [1991]1997:90), „die zumindest theoretisch jegliche Interpretationsleistung des Wissenschaftlers obsolesziert“, methodologisch in Wert setzen lässt. Diese Ausgangsbasis in Kombination mit Überlegungen zur reflexiven Fotografie führen zu einer Ableitung von Anwendungsfeldern des Bildes in der empirischen Sozialforschung bzw. in der sozialgeographischen Empirie.

Mit einer solchen Anwendung experimentiert auch Karin Wiest im Rahmen einer Studie, die die raumbezogenen Vorstellungsbilder und Verräumlichungen gesellschaftlicher Werte am Beispiel Leipziger Wohnquartiere untersucht. Sie verwendet Bilder aus der Werbung, Bilder also, deren narrative Struktur einerseits an grundlegende menschliche Bedürfnisse anknüpfen bzw. diese transportieren sollen und deren Bildsprache andererseits in hohem Maße als konventionalisiert erscheint. Es geht ihr darum, den „symbolischen Code des Raumes“ in seiner gesellschaftlichen Bedeutung freizulegen und am Beispiel der Immobilienbranche und der Standortwerbung aufzuzeigen, welche raumgebundenen sozialen Zuschreibungen vor dem Hintergrund konkreter Vermarktungsabsichten formuliert werden. Wiest ließ dazu Assoziationen zwischen den Werbebildern und den Stadtvierteln der befragten Probanden herstellen. So konnten neben individuellen, biografisch motivierten Projektionen auch „überindividuelle in das Alltagswissen eingewobene, gesellschaftliche Übereinkünfte über den jeweiligen Status der Quartiere und über deren Platzierung im kulturellen System bis hin zu Stereotypen“ (Wiest, 2007:89) herausgearbeitet werden.

Während diese beiden Beiträge sich auf die Frage konzentrieren, welche Erkenntnisgewinne durch den methodischen Gebrauch von Bildern möglich wären, gehen die nachfolgend vorgestellten Beiträge den Praktiken des (all-) täglichen Bildgebrauchs und deren Bedeutung für die Konstruktion von Geographien nach, für die insbesondere die Massenmedien unzählige Beispiele liefern. Zwar mag die Bilderflut angestiegen sein und so der Eindruck entstehen, es mit einem vergleichsweise neuen und jungen Phänomen zu tun zu haben, doch die dahinter liegenden Modi der Konstruktion von Geographien sind es nicht. Vielmehr handelt es sich, so argumentieren Tilo Felgenhauer und Antje Schlottmann, um Weisen der Weltaneignung, die in der „Raum-Sprache“ fest etabliert sind und variantenreich immer wieder reproduziert werden. Damit durchbrechen sie, dargestellt am Beispiel der medialen (Re-)Konstruktion von



„Mitteldeutschland“, gängige vereinfachte Vorstellungen von „den Medien“ als Akteuren der Meinungs- und Weltbildproduktion und kehren die Argumentationsweise um: mediale Darstellungen sind vielfach weniger aktiv als re-aktiv in die alltägliche Herstellung von Weltbildern eingebunden. Vielfach schließen sie an schon Vorhandenes, „Sag- und Zeigbares“ an und schaffen lediglich neue Kombinationen.

Standortprofilierungen sind im hohen Maße interessengeleitete Formen der Produktion von Räumen. „Zentrale Fragen, die es in diesem Zusammenhang zu stellen gilt, sind: welche Bilder werden produziert und welche werden ausgelassen? Wie werden diese Bilder instrumentalisiert und wie dienen sie der Profilierung der jeweiligen Räume?“ Birgit Stöber (2007:47) stellt diese Fragen und verortet sie diskursiv im politischen Neoliberalismus. Mit den von ihr untersuchten Beispielen „Berlin“ und „Öresund-Region“ gibt sie detailreiche Einblicke in unterschiedliche *place brandings*, die zwar einerseits als politische Prozesse durchaus strategisch angelegt werden, andererseits aber nur eingeschränkt steuerbar sind. Die Bilder materieller, mentaler und sprachlicher Art enthalten und entfalten stets eigene Wirklichkeiten, die sich dem gestaltenden und kontrollierenden Zugriff entziehen. Das Verhältnis von Bild und Bedeutung ist dabei, so wird deutlich, weder in theoretischer noch in praktischer Hinsicht trivial. Aus Bildern können nicht umstandslos Bedeutungen herausgelesen werden und ebenso wenig scheint es möglich, mit Bildern bestimmte Bedeutungen (Wirkungen, Effekte) zu erzeugen. Bilder sind keine Abbildung von Wirklichkeit(en), sondern Schnittstellen ihrer Konstitution.

„Bedeutungen“ sind aber auch jenseits der Intentionen von Bildproduzenten und den Kontexten des Bild-Konsums als inhärente oder intrinsische „Bedeutungen“ in visuelle Materialien eingearbeitet. Diesen Aspekt stellen Urs Müller und Norman Backhaus in den Mittelpunkt ihrer Untersuchung zur „Macht der Bilder“ im Prozess der Bewerbung des Entlebens (gelegen im Kanton Luzern) und der Region Jungfrau-Aletsch-Bietschhorn zum UNESCO-Biosphärenreservat. Ihr Beitrag stellt eine Entwicklung von analytischen Kategorien der symbolischen räumlichen Aneignung vor, die es erlaubt, vom materiellen Bild ausgehend unreflektierte mentale Bilder und damit typische Bilddeutungen zu erschließen. Dabei gehen die Autoren zunächst von der grundlegenden Unterscheidung „Naturraum“ und „Kulturraum“ aus und verfeinern Letzteren unter Einbezug der Grunddaseinsfunktionen (Arbeiten, Erholen etc.), wodurch bildlich wirkender „living space“ ebenso berücksichtigt wird, wie etwa „space of identification“. Die mithilfe dieser Kategorien durchgeführte Analyse des Bildmaterials erschließt die latenten Vorstellungen, die Bildproduzenten wie -konsumenten von einer Region haben und die gerade *weil* sie unreflektiert sind, handlungsleitend sein können.

Das „Entgrenzungstheorem“ (Lutz 2007:29), das den hier publizierten Studien als Negativ oder Komplement der bildlichen und sprachlichen Produktion von „Orten“ unterlegt wird, wird von Lutz explizit zum Ausgangspunkt ei-

ner Studie gemacht, die Raumbilder in ihrer Bedeutung als wissenschaftliche Leitbilder und Leitmetaphern untersucht. Lutz zeigt auf, dass totalisierende Weltgesellschaftstheorien gleich welcher Provenienz dem Entgrenzungstheorem folgen und in dieser Gefolgschaft eine raumbezogene Theoriesprache mitführen und entwickeln, die kaum reflektiert wird. Diese Raumbilder sind weit mehr als eine lediglich ausschmückende Rhetorik, vielmehr gehen die in der Raumsprache enthaltenen sozialontologischen Voraussetzungen in die sozialwissenschaftliche Gegenstandskonstruktion ein. Die Raummetaphorik sozialwissenschaftlicher Theoriesprache wird anhand der gesellschaftstheoretischen und zeitdiagnostischen Entwürfe von Ulrich Beck, Georg Simmel und Niklas Luhmann hinsichtlich ihres ermöglichenden wie auch ihres reduktionistischen Gehaltes diskutiert. Zugleich weist der Autor auch immer wieder auf die Unverzichtbarkeit der Raummetaphorik (und das heißt: auf die Unverzichtbarkeit von Raum-Bildern) hin. Dabei geht es nicht nur um die Angemessenheit wissenschaftlicher Begriffsbildung. Denn, so Lutz (2007:43), „Kämpfe um die ‘richtigen Raumbilder‘ im Bereich des Sozialen [sind] ... niemals nur Ausdruck des wissenschaftsinternen Spiels um die Durchsetzung der Deutungshoheit, sondern immer auch Bestandteil des gesellschaftsweiten Machtspiels um die Neukonturierung der sozialen Welt“.

Tristan Thielmann schließlich befasst sich mit medialen Raumkonzepten und arbeitet anhand der Beschäftigung mit Auto-Navigationssystemen eine neuartige Beziehung von Medium und Raum heraus, die auch die Konstitution des Raum „erfahrenden“ Subjekts betrifft. Unter Hinzuziehen der Arbeiten von Virilio zur „Dromologie“, Foucault's Begriff der „Heterotopie“ und Soja's Konzeption des „Thirdspace“ charakterisiert Thielmann Auto-Navigationssysteme als „Geomedien“, in denen subjektunabhängige Projektionseigenschaften der Kartographie und subjektgebundene virtuelle Raumerfahrungen durch Computerbildmedien konvergieren. Ein wesentlicher Aspekt dabei ist die Doppelseitigkeit der Beziehung von Navigationssystem und (re)präsentiertem Raum: Das Navigationssystem strukturiert den umgebenden Raum für den Betrachter, sei es als Karte oder als perspektivische Projektion auf der Windschutzscheibe. Gleichzeitig verändert sich durch die Bewegung des Betrachters auch die Karte bzw. das Bild. Durch die von Thielmann aus dieser Perspektive detailliert nachvollzogene Entwicklung der Navigationstechnologie wird deutlich, dass Autonavigationsgeräte nicht als funktionale Gerätschaften der Orientierung, sondern im Kontext sich neuartig formierender gesellschaftlicher Raumverhältnisse zu diskutieren sind.

Wir hoffen, mit diesem Themenheft und dem vorangestellten Editorial vielerlei Anstöße zu geben, über das Verhältnis von Bild und Raum nachzudenken und das Feld der visuellen Geographien zu betreten!

## Literatur

- Aitken, S. and Dixon, D.: *Imagining geographies of film*, *Erdkunde*, 60, 326–336, 2006.
- Anderson, B.: *Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts*, Ullstein, Berlin, Germany, 1998.
- Bal, M.: *Visual essentialism and the object of visual culture*, *J. Vis. Cult.*, 2, 1, 5–32, 2003.
- Belina, B.: *Zur Kritik von Kriminalgeographie und Kriminalitätskartierung: ... und warum deren heutige Bemühungen noch hinter Quetelet zurückfallen*, in: *Visualisierung des Raumes. Karten machen - die Macht der Karten*, edited by: Tzschaschel, S., Wild, H., and Lentz, 253–255, *forum ifl*, 6, Leibniz-Institut für Länderkunde, Leipzig, Germany, 2007.
- Binder Johnson, H. and Pitzl, G.: *Viewing and perceiving the rural scene: visualization in human geography*, *Progress in Human Geography*, 5, 211–233, 1981.
- Boehm, G. (Ed.): *Was ist ein Bild?*, Wilhelm Fink Verlag (utb), München, Germany, 2001.
- Boehm, G.: *Wie Bilder Sinn erzeugen. Die Macht des Zeigens*, Berlin University Press (bup), Berlin, Germany, 2007.
- Bohnsack, R.: *Rekonstruktive Sozialforschung. Einführung in qualitative Methoden*, Verlag Barbara Budrich, Opladen, Farmington Hills, 2007.
- Bollhöfer, B.: *Stadt und Film – Neue Herausforderungen für die Kulturgeographie*, *Petermanns Geographische Mitteilungen*, 147, 54–58, 2003.
- Bourdieu, P.: *Soziologie der symbolischen Formen*, Suhrkamp, Frankfurt a.M., Germany, 1974.
- Bourdieu, P.: *Die verborgenen Mechanismen der Macht*, *Schriften zu Politik und Kultur I*, VSA, Hamburg, Germany, [1991]1997.
- Cosgrove, D.: *Geographical imagination and the authority of images*, *Hettner-Lecture*, Franz Steiner Verlag, Stuttgart, Germany, 2006.
- Cosgrove, D. and S. Daniels (Eds.): *The iconography of landscape : essays on the symbolic representation, design and use of past environments*, Cambridge, Cambridge University Press, 1988.
- Cresswell, C. and Dixon, D.: *Engaging Film. Geographies of Mobility and Identity*, Rowman & Littlefield, Lanham, 2002.
- Debatin, B.: *Die Rationalität der Metapher. Eine sprachphilosophische und kommunikationstheoretische Untersuchung*, de Gruyter, Berlin, New York, 1995.
- Dirksmeier, P.: *Der husserlsche Bildbegriff als theoretische Grundlage der reflexiven Fotografie: Ein Beitrag zur visuellen Methodologie in der Humangeografie*, *Soc. Geogr.*, 2, 1–10, 2007, <http://www.soc-geogr.net/2/1/2007/>.
- Driver, F.: *On Geography as a Visual Discipline*, *Antipode* 35, 2, 227–231, 2003.
- Eco, U.: *Einführung in die Semiotik*, Wilhelm Fink Verlag (utb), München, Germany, [1972]1994.
- Eco, U.: *Lector in fabula. Die Mitarbeit der Interpretation in erzählenden Texten*, dtv, München, Wien, [1990]1998.
- Escher, A.: *The geography of cinema – a cinematic world*, *Erdkunde* 60, 307–314, 2006.
- Escher, A. and Zimmermann, S.: *Geography meets Hollywood. Die Rolle der Landschaft im Spielfilm*, *Geogr. Z.*, 89, 227–236, 2001.
- Felgenhauer, T.: *Geographie als Argument: eine Untersuchung regionalisierender Begründungspraxis am Beispiel "Mitteldeutschland"*, *Sozialgeographische Bibliothek*, 9, Franz Steiner Verlag, Stuttgart, Germany, 2007.
- Felgenhauer, T. and Schlottmann, A.: *Schreiben → Senden → Schauen? – Medienmacht und Medienohnmacht im Prozess der symbolischen Regionalisierung*, *Soc. Geogr.*, 2, 77–83, 2007, <http://www.soc-geogr.net/2/77/2007/>.
- Fellmann, F.: *Von den Bildern der Wirklichkeit zur Wirklichkeit der Bilder*, in: *Bild Bildwahrnehmung - Bildverarbeitung. Interdisziplinäre Beiträge zur Bildwissenschaft*, edited by: Sachs-Hombach, K. and Rehkämper, K., Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden, Germany, 187–196, 1998.
- Flitner, M.: *Im Bilderwald. Politische Ökologie und die Ordnungen des Blicks*, *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie*, 43, 169–183, 1999.
- Fröhlich, H.: *Das neue Bild der Stadt. Filmische Stadtbilder und alltägliche Raumvorstellungen im Dialog*, *Erdkundliches Wissen*, 142, Franz Steiner Verlag, Stuttgart, Germany, 2007.
- Großer, K.: *Modellierung – Visualisierung – Anschaulichkeit*, in: *Visualisierung des Raumes. Karten machen – die Macht der Karten*, edited by: Tzschaschel, S., Wild, H. and Lentz, *forum ifl* 6, Leibniz-Institut für Länderkunde, Leipzig, Germany, 75–90, 2007.
- Gugerli, D. and Orland, B. (Eds.): *Ganz normale Bilder. Historische Beiträge zur visuellen Herstellung von Selbstverständlichkeit*, Chronos Verlag, Zürich.
- Gugerli, D. and Speich, D.: *Topografien der Nation. Politik, kartografische Ordnung und Landschaft im 19. Jahrhundert*, Chronos, Zürich, Switzerland, 2002.
- Habermas, J.: *Theorie des kommunikativen Handelns, Band 1, Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung*, Suhrkamp, Frankfurt/M, Germany, 1995.
- Harley, J. B.: *Deconstructing the map*, *Cartographica*, 26, 2, 1–20, 1989.
- Hasse, J.: *Ästhetische Rationalität und Geographie. Sozialräumliche Prozesse jenseits kognitivistischer Menschenbilder (= Wahrnehmungsgeographische Studien zur Regionalforschung 12)*, BIS-Verlag, Oldenburg, Germany, 1993.
- Hasse, J.: *Bildstörung (= Wahrnehmungsgeographische Studien zur Regionalentwicklung 12)*, BIS-Verlag, Oldenburg, Germany, 1999.
- Hempel, L. and Metelmann, J. (Eds.): *Bild – Raum – Kontrolle. Videoüberwachung als Zeichen gesellschaftlichen Wandels*, Suhrkamp, Frankfurt a.M., Germany, 2005.
- Husserl, E.: *Phantasie, Bildbewusstsein, Erinnerung. Zur Phänomenologie der anschaulichen Vergegenwärtigungen. Texte aus dem Nachlass (1898–1925)*, edited by: Marbach, E., *Husserliana Band 23*, Martinus Nijhoff Publishers, The Hague, [1904–05]1980.
- Imdahl, M.: *Ikonik. Bilder und ihre Anschauung*, in: *Was ist ein Bild?*, edited by: Boehm, G., Wilhelm Fink Verlag (utb), München, Germany, 300–324, 2001.
- Jørgensen, V.: *Der besorgte Blick der Eltern. Sozialpsychologie der Kameraüberwachung in Kindergärten*, in: *Bild – Raum – Kontrolle. Videoüberwachung als Zeichen gesellschaftlichen Wandels*, edited by: Hempel, L. and Metelmann, J., Suhrkamp, Frankfurt a.M., Germany, 204–220, 2005.
- Kennedy, C. and Lukinbeal, C.: *Towards a holistic approach to geographic research on film*, *Progress in Human Geography*, 21, 33–50, 1997.
- Krasmann, S.: *Mobilität: Videoüberwachung als Chiffre einer Gou-vernamentalität der Gegenwart*, in: *Bild – Raum – Kontrolle. Vi-*

- deotüberwachung als Zeichen gesellschaftlichen Wandels, edited by: Hempel, L. and Metelmann, J., Suhrkamp, Frankfurt a.M., Germany, 308–324, 2005.
- Lippuner, R.: Raum – Systeme – Praktiken. Zum Verhältnis von Alltag, Wissenschaft und Geographie, Franz Steiner Verlag, Wiesbaden, Germany, 2005.
- Luhmann, N.: Die Kunst der Gesellschaft, Suhrkamp, Frankfurt a.M., Germany, [1995]1999.
- Lukinbeal, C. and Zimmermann, S.: Film geography. A new sub-field, *Erdkunde*, 60, 315–325, 2006.
- Lutz, W.: Vom „Containerraum“ zur „entgrenzten“ Welt – Raumbilder als sozialwissenschaftliche Leitbilder, *Soc. Geogr.*, 2, 29–45, 2007, <http://www.soc-geogr.net/2/29/2007/>.
- Maasen, S., Mayerhauser, T. und Renggli, C. (Eds.): Bilder als Diskurse. Bilddiskurse, VelbrückWissenschaft, Weilerswist, Germany, 2006.
- Marcuse, P.: “Dual City”: a muddy metaphor for a quatered city, *Int. J. Urban Regional*, 13, 697–708, 1989.
- Marcuse, P.: “The city” as perverse metaphor, *City*, 9, 247–254, 2005.
- Markwell, K.: An intimate rendezvous with nature? Mediating the tourist-nature experience at three tourist sites in Borneo, *Tourist Studies*, 1, 1, 39–57, 2001.
- Matless, D.: The geographical self, the nature of the social and geoaesthetics: work in social and cultural geography, 1996, *Progress in Human Geography*, 21, 393–405, 1997.
- Meder, T.: Was ist (heute noch) ein Bild?, in: *Bild und Medium*, edited by: Sachs-Hombach, K., Herbert von Halem Verlag, Köln, Germany, 102–114, 2006.
- Merleau-Ponty, M.: *Phänomenologie der Wahrnehmung*, übersetzt und eingeführt von Rudolf Boehm, de Gruyter, Berlin, Germany, [1945]1966.
- Merrifield, A.: Between process and individuation: translating metaphors and narratives of urban space, *Antipode*, 29, 417–436, 1997.
- Meyer zu Schwabedissen, F. and Micheel, M.: Sprache und Raum – Zu Mechanismen sprachlichrhetorischer Raumkonstruktionen. Die Beispiele Leipzig und Erzgebirge, *Berichte zur deutschen Landeskunde*, 79, 411–435, 2005.
- Meyer zu Schwabedissen, F. and Miggelbrink, J.: “Wo der Standort trompetet, geht die Freiheit flöten”: Bilder interurbanen Wettbewerbs am Beispiel der Bewerbung Leipzigs zur “Candidate City” für die Olympischen Spiele 2012, *Soc. Geogr.*, 1, 15–27, 2005, <http://www.soc-geogr.net/1/15/2005/>.
- Michel, B.: Bild und Habitus. Sinnbildungsprozesse bei der Rezeption von Fotografien, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, Germany, 2006.
- Miggelbrink, J. and Redepenning, M.: Narrating Crises and Uncertainty, or, Placing Germany: Reflections on Theoretical Implications of the Standort Deutschland Debate, *Geopolitics*, 9, 564–587, 2004.
- Mitchell, W. J. T.: The Pictorial Turn, in: *Artforum*, 30, 89–94, 1992.
- Müller, M.: *Grundlagen der visuellen Kommunikation*, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz, Germany, 2003.
- Müller, U. and Backhaus, N.: The Entlebuchers: people from the back of beyond?, *Soc. Geogr.*, 2, 11–28, 2007, <http://www.soc-geogr.net/2/11/2007/>.
- Pörksen, U.: *Weltmarkt der Bilder. Eine Philosophie der Visiotype*, Klett-Cotta, Stuttgart, Germany, 1997.
- Posner, R. and Schmauks, D.: Die Reflektiertheit der Dinge und ihre Darstellung in Bildern, in: *Bild – Bildwahrnehmung – Bildverarbeitung. Interdisziplinäre Beiträge zur Bildwissenschaft*, edited by: Sachs-Hombach, K. and K. Rehkämper, Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden, Germany, 15–32, 1998.
- Renggli, C.: Selbstverständlichkeiten zum Ereignis machen: Eine Analyse von Sag- und Sichtbarkeitsverhältnissen nach Foucault [38 Absätze], *Forum Qualitative Sozialforschung*, 8, 2, Art. 23, <http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-07/07-2-23-d.htm> (download 20-05-2008), 2007.
- Rose, G.: On the Need to Ask How, Exactly, Is Geography “Visual”?, *Antipode*, 3, 212–221, 2003.
- Sachs-Hombach, K.: *Wege zur Bildwissenschaft. Interviews*, Herbert von Halem Verlag, Köln, Germany, 2004.
- Sachs-Hombach, K.: Konzeptionelle Rahmenüberlegungen zur interdisziplinären Bildwissenschaft, in: *Bildwissenschaft. Disziplinen, Themen, Methoden*, edited by: Sachs-Hombach, K., Suhrkamp, Frankfurt a.M., Germany, 11–20, 2005.
- Sachs-Hombach, K.: *Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft*, 2. Aufl., Herbert von Halem Verlag, Köln, Germany, 2006.
- Sachs-Hombach, K. and Schürmann, E.: Philosophie, in: *Bildwissenschaft*, edited by Sachs-Hombach, K., Suhrkamp, Frankfurt a.M., Germany, 109–123, 2005.
- Sauerländer, W.: Iconic turn? Eine Bitte um Ikonoklasmus, in: *Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder*, edited by: Maar, C and Burda, H., DuMont, Köln, Germany, 407–426, 2004.
- Schelhaas, B. and Wardenga, U.: “Die Hauptresultate der Reisen vor die Augen zu bringen” oder: Wie man Welt mittels Karten sichtbar macht, in: *Kulturelle Geographie. Zur Beschäftigung mit Raum und Ort nach dem Cultural Turn*, edited by: Berndt, Ch. and Pütz, R., transcript, Bielefeld, Germany, 143–166, 2007.
- Schelske, A.: Zeichen einer Bildkultur als Gedächtnis, in: *Bild – Bildwahrnehmung Bildverarbeitung. Interdisziplinäre Beiträge zur Bildwissenschaft*, edited by: Sachs-Hombach, K. and Rehkämper, K., Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden, Germany, 59–68, 1998.
- Schlottmann, A.: *RaumSprache. Ost-West-Differenzen in der Berichterstattung zur deutschen Einheit. Eine sozialgeographische Theorie*, Franz Steiner Verlag, Stuttgart, Germany, 2005.
- Schoenberger, E.: *Discourse and practice in human geography*, *Progress in Human Geography*, 22, 1–14, 1998.
- Schürmann, E.: *Sehen als Praxis*, Suhrkamp, Frankfurt a.M., 2008.
- Simmel, G.: Der Bilderrahmen. Ein ästhetischer Versuch, in: *Georg Simmel Aufsätze und Abhandlungen 1901–1908 Band 1*, herausgegeben von: Kramme, R., Rammstedt, A. and Rammstedt, O., Georg Simmel Gesamtausgabe 7, Suhrkamp, Frankfurt a.M., Germany, 101–108, [1902]1995.
- Smith, N. and Katz, C.: Grounding metaphor: towards a spatialized politics., in: *Place and the Politics of Identity*, edited by: Keith, M. and Pile, Routledge, London u. New York, 67–83, 1993.
- Steyerl, H.: Dokumentarismus als Politik der Wahrheit, in: *Bildräume und Raumbilder. Repräsentationskritik in Film und Aktivismus*, herausgegeben von: Raunig, G., Turai+Kant, Wien, Austria, 165–174, 2004.
- Stöber, B.: Von „brandneuen“ Städten und Regionen – Place Branding und die Rolle der visuellen Medien, *Soc. Geogr.*, 2, 47–61,

- 2007,  
<http://www.soc-geogr.net/2/47/2007/>.
- Stöckl, H.: Die Sprache im Bild – das Bild in der Sprache. Zur Verknüpfung von Sprache und Bild im massenmedialen Text, Berlin and New York, 2004.
- Sui, D.: Visuality, aurality, and shifting metaphors of geographical thought in the late twentieth century, *Annals of the Association of American Geographers*, 90, 322–343, 2000.
- Thielmann, T.: “You have reached your destination!” Position, positioning and superpositioning of space through car navigation systems, *Soc. Geogr.*, 2, 63–75, 2007,  
<http://www.soc-geogr.net/2/63/2007/>.
- Thornes, J.: The visual turn and geography, *Antipode*, 36, 787–794, 2004.
- Thrift, N.: The Place of Complexity, *Theory, Culture & Society*, 16, 31–69, 1999.
- Tuan, Y.-F.: Sight and Pictures, *The Geographical Review*, 69, 413–422, 1979.
- Tzschaschel, S., Wild, H. and Lentz, S., (Eds.): Visualisierung des Raumes. Karten machen – die Macht der Karten, *forum ifl*, 6, Leipzig, Germany, 2007.
- Urry, J.: *Consuming Places*, Routledge, London/New York, 1995.
- Urry, J.: *The Tourist Gaze*, Sage, London, 2002.
- Werlen, B.: *Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen*, Band 1, Zur Ontologie von Gesellschaft und Raum, Franz Steiner Verlag, Stuttgart, Germany, 1995.
- Werlen, B.: *Sozialgeographie alltäglicher Regionalisierungen*, Band 2, Globalisierung, Region und Regionalisierung, Franz Steiner Verlag, Stuttgart, Germany, 1997.
- Wiest, K.: Raumbezogene Vorstellungsbilder am Beispiel Leipziger Wohnquartiere – ein Annäherungsversuch auf der Grundlage einer visuellen Methodik, *Soc. Geogr.*, 2, 85–96, 2007,  
<http://www.soc-geogr.net/2/85/2007/>.
- Wucherpennig, C., Strüver, A. and Bauriedl, S.: Wesens- und Wissenswelten – Eine Exkursion in die Praxis der Repräsentation, in: *Menschenbilder in der Humangeographie*, edited by: Hasse, J. and Helbrecht, I. (= *Wahrnehmungsgeographische Studien* 21), 55–87, BIS Verlag, Oldenburg, 2003.
- Wylie, J.: Landscape, performance and dwelling: A Glastonbury case study, in: *Country Visions*, edited by: Cloke, P., Pearson, Harlow, 136–157, 2003.